哲学图书策划编辑利用新媒体创新工作思路浅析

摘　要：随着互联网技术的飞速发展，我国已进入新媒体时代。而新媒体的出现对各行各业带来了重大挑战，尤其是图书出版业。为此，本文简要分析了新媒体时代的特征和哲学图书的创新价值，并通过加强理念更新与角色转换、培养复合型编辑、提高资源整合能力、提升营销策划技能等创新思路，进一步促进我国哲学图书行业的发展。

关键词：新媒体时代；哲学图书；策划编辑；创新思路
中图分类号：G623　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）07-097-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.07.030

文 / 刘晓

新媒体时代的到来改变了人们传统的阅读习惯，也对哲学图书编辑策划工作造成了重大影响。传统图书编辑模式已经无法顺应时代的需求，因此，哲学图书编辑工作者要积极转变工作理念，用创新的精神致力于图书策划，以确保哲学图书出版业能继续在市场中占据一定地位，让哲学图书能够为人们提供更多信息。

1. 新媒体时代的特征

1.1 数字化传播

新媒体时代实际上是指在报刊、电视、广播等传统媒体之后发展起来的新型媒体形态，它是利用网络技术、互联网通信技术、移动技术等渠道，以手机、电脑等智能设备为终端，为用户提供信息及娱乐服务的形态。它与传统媒体有很大区别，其中最为显著的就是传播内容载体数字化特征。数字化传播具有范围广、速度快、时效性等特性，它可以极大程度上满足人们对信息越来越广泛的需求，只有如此，才能适应当前人们快节奏的工作生活。

1.2 网络化互动

对于新媒体时代的网络化互动交流，它主要是以互联网作为图书交流平台，让读者与作者之间产生良好的沟通，在其有效交流的过程中，能够更好地激发读者的阅读兴趣，从而起到更全面且深刻的阅读效果。从图书出版单位的角度来看，通过浏览他们之间的交流信息，可以清楚地了解到读者的兴趣偏好，这样有利于图书编辑更准确地掌握未来图书策划的发展方向，借此为读者提供更加多元化的图书产品，保证图书内容能够满足社会需求。

1.3 便捷性阅读

新媒体时代的便捷性阅读是其最为明显的表现，也是能让读者切实体会到深刻感受的主要方法。随着互联网技术和终端设备的发展，手机已成为人们获取信息最为直接的工具，人们只需在手机上轻轻一点，便可获得想要得知的讯息，这种方式促使人们突破时间与空间的束缚，随时随地都可以获取信息，从而为人们提供了便捷的阅读体验。在当代人生活节奏日益加快的背景下，它可以有效避免因为时间忙碌而与世界脱轨，为人们带来了舒适的阅读享受。

2. 新媒体时代哲学图书创新的价值

2.1 满足社会发展需求

图书一直以来是人民群众极为重要的精神食粮，也是社会不可或缺的文化载体，所以，哲学图书编辑工作要与时俱进，这样才能进一步满足社会发展需求，进而满足我国文化传承与发展的需求。图书出版编辑在为人们带来时代信息的同时，也为人们传播了许多正能量，促进人们思想品格的形成，树立与社会相匹配的价值观。哲学图书编辑通过深度挖掘具有现实意义、贴近人民群众生活的素材，能让人们在哲学图书中感悟人生真谛，使图书发挥文化资源有效传播的重要作用。

2.2 满足读者欣赏要求

在新媒体时代下，类似于电脑、手机、电视等新媒体终端为人们带来了视觉及听觉方面的极大体验。而传统图书要想获得长远发展，就必须善于应用生动灵活的形式把握人民群众的阅读内容。因此，哲学图书编辑在进行创新时不但要提高相关题材的真实性，而且要在内容和风格上突出特色，这样才能满足人们对于图书资料的精神需求。虽然新媒体设备具有很多优势，但有些信息只能依靠图书来获取，故而，图书编辑实施创新具有重大意义。

3. 新媒体时代的哲学图书策划编辑工作的创新思路

3.1 加强理念更新与角色转换

哲学是建立于物质基础之上的社会科学，而哲学图书是记录哲学内容的纸质刊物。在新媒体时代，它主要有三种贸易模式：（1）从传统出版转向数字出版。国家始终坚持鼓励群众应用传统媒体如报纸文摘、音视频媒体、网络社交媒体等，对哲学图书出版进行深度的数字化开发。虽然书籍本是纸质刊物，但也应将数字技术融

入其中，传统意义上的出版发行已被社会所淘汰，新时代的数字哲学图书出版已成为主流趋势，为哲学出版业带来了新的生机，改进了出版贸易的发展、内容形式等。哲学图书编辑也要适当开发进出口贸易，让我国哲学图书占据一定地位。（2）哲学图书由传统运营模式的实体运营转向网络运营。以往我们常见的是书店、报亭等，而今在网络上就能直接获取图书资源，甚至还有掌上阅读模式，不但提升了哲学图书行业的收益，而且为人们提供了更多的便捷，所以需要哲学图书编辑增加哲学图书贸易的多样化。（3）由国内市场转向全球经济。哲学图书进出口贸易，这是新增的经济运营模式，通过调整图书产品的结构，并创立国内哲学图书品牌，从而扩大哲学图书的销售。为了提高哲学图书对当代人的影响力，图书编辑需更新理念，适应新时代的变化。同时，要在新媒体时代中找准自我定位，为人们提供更好的文化服务。比如，哲学图书编辑可以突破传统封面设计装帧模式及纸张大小设置，用立体化思维创新封面设计，让人们获得最新奇的视觉体验。

3.2 培养复合型编辑

新媒体技术的崛起对哲学图书编辑的能力提出了更高的要求，除了文字编辑、营销策划、包装设计能力之外，还要掌握网络操作、通讯应用等技术。由此，哲学图书单位应积极培养复合型编辑，这样才能确保图书编辑工作能够符合时代发展的特点。哲学图书编辑需要做到以下几点：（1）在选题、校对环节要始终站在全局的角度考虑问题，确定图书出版的准确定位，关注图书质量及外延、市场价值。（2）注重内容多元化，拓展信息来源的渠道。（3）重视人才的培养，提升图书编辑的各项能力。主要包括：①信息鉴别能力。互联网技术虽然信息传播的速度较快，但随着信息的不断复制与使用，常出现信息同质化现象。因此，需要哲学图书编辑对这海量的信息具有发现优质内容的眼力和繁杂信息筛选的能力，保证群众接收的信息足够准确可信。②新媒介运用能力。哲学图书编辑应对新媒体时代的技术做到灵活运用，如能够增加读者真实感受的 AR 技术、增强读者对图书内容掌握度的二维码技术等。对此，图书编辑需充分利用多媒体优势，实现信息的高效传播。③策划创新能力。新媒体时代人们对于热点的关注随时都在变化，为了迎合阅读的不同需求，这就需要图书策划编辑要找准人们思想的主流方向，将图书价值与社会需求做到有效融合，提高策划创新能力，采取创新手段，为人们提供多样阅读方式。[1]

3.3 提高资源整合能力

在新媒体发展过程中，网络上的个人上传作品受到广大群众的喜爱，这对于哲学图书策划编辑而言无疑是一种优势，这代表收集信息的范围得到了扩大。因此，图书编辑要打破传统信息收集方式，利用网络技术进行资源整合，并从中选择出更优质的选题和内容。另外，编辑还要全面了解读者的阅读爱好，用严谨的态度落实相关工作，并挖掘特色资源，选择适合出版的内容加以优化，不断更新其资源数据库，保证哲学图书出版的质量，实现资源的有效整合与充分利用。比如，2018 年是改革开放 40 周年，为了纪念这一重大日子，各大出版单位纷纷出版图书，记录辉煌时刻，包括《中国时刻：40 个 400 个难忘的瞬间》，此书充分应用了改革开放发展过程的资料，并对其进行资源整合，从而在书中详细记载家国变迁的内容，展现中国人的生活百态。这类书籍在满足人们需求的同时，做到了信息资源的合理利用。[2]

3.4 提升营销策划技能

在市场经济及图书环境不断变化的背景下，图书出版企业为获得更大的经济效益，开始注重读者的心理状态，以便提升营销策划技能。另外，它们也开始利用各种宣传推广活动强化读者与图书编辑之间的联系，促使图书编辑在开展实际工作时具有针对性。具体方法如下：（1）加强与读者的联系。可通过读书活动、读书论坛、微博、微信等信息传播渠道，结合读者反馈信息对图书推广模式进行分析总结，并根据读者阅读习惯，在不同群体中采用对应的推广方案，从而为读者提供个性化服务。（2）注重读者体验。在与读者进行友好互动时要加强交流的有效性，并让读者在阅读中形成互动意识，比如可以借助软件与读者进行线上互动服务以及图书产品的宣传，为其提供周到服务。[3]

综上所述，在新媒体时代背景下，传统图书出版业编辑的确需要积极学习、善于应用新媒体技术才能进一步满足当代人的阅读需求。同时，要不断为哲学图书出版业注入专业人才，形成崭新的哲学图书运营模式，促进其在激烈的市场竞争中得到有效发展。媒

参考文献

[1] 刘佩英，刘旭 . 改革开放 40 年图书出版与思想史的逻辑进展——以哲学图书为例 [J]. 中国出版，2019（8）：25-28.

[2] 庄小峰，马凌云 . 近十年高校图书馆读者图书借阅偏好及变化研究——以上海师范大学为例 [J]. 河北科技图苑，2018，31（4）：57-62.

[3] 叶鹰 . 图书情报学中定性和定量研究方法的科学哲学基础及双重整合原理探析 [J]. 中国图书馆学报，2017，43（2）：4-12.

（**作者单位**：中州古籍出版社有限公司）